



Innovación con propósito de vida.

Gestión de abastecimientos, demanda y sistemas de información

Estrategias de compras

El desarrollo de la estrategia se da en cuatro niveles

Estrategia corporativa

La definición del negocio en que la corporación desea participar, y la adquisición y asignación de los recursos a las unidades de negocio.

Estrategia de unidad de negocio

El alcance o fronteras de cada negocio y su relación con la estrategia corporativa, y la base en que cada unidad de negocio desarrollará su ventaja competitiva.

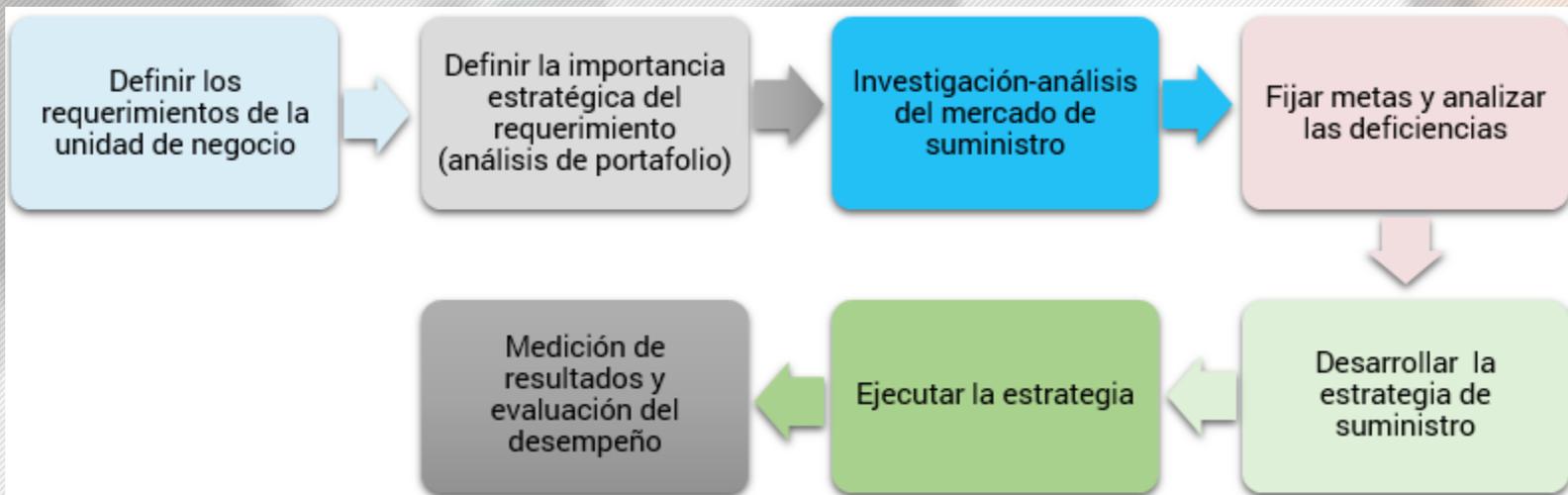
Estrategia de suministro

La estrategia funcional, cómo apoyar a las Unidades de Negocio y se complementarán otras estrategias funcionales (mercadotecnia, operaciones).

Estrategia de categorías

Cómo el grupo responsable de la categoría alcanzará las metas que soportan todas las estrategias (Categoría: Familia de artículos que cumplen necesidades parecidas y que son logísticamente similares, ejemplo: productos perecederos).

El proceso para desarrollar una estrategia de compras



Modelo de posición de aprovisionamiento



Una misma empresa puede seguir diferentes estrategias en dependencia del tipo de insumo, análisis de portafolio, algunas de las más importantes y comunes:

- Comprar siempre al proveedor de precio más bajo
- Optimización de la base de suministro
- Integración vertical
- Suministro global
- Administración total de calidad de proveedores
- Establecer relaciones de largo plazo
- Desarrollo de proveedores
- Costo total de adquisición
- Administración del riesgo de suministro

Créditos

Desarrollo de contenido:
Dr. Manuel Farías

Dr. José Manuel Sánchez

Coordinación académica de área:
Ing. Rita Lizeth Serna Garza MEBC

Producción

Universidad TecVirtual



Innovación con propósito de vida.